

Radatz-Relaunch

Das neue Shop-Design der Fleischerei Radatz soll das Handwerk für die Kunden erlebbar machen.

WIEN. Der Fleischereibetrieb Radatz arbeitet fleißig an einem neuen Image. Im Online-Auftritt hat sich schon viel getan, die Website ist nutzerfreundlich aufgebaut, mit Infografiken versehen, und lädt die User zum Erkunden ein. Fun-Facts über Verkaufszahlen kann man dort lesen (die verkauften Käsekrainer bilden eine 1.300 km lange Kette) und Fleisch-Voyeure können sich durch eine Fotostory durchklicken und hinter die Kulissen schauen. Der Schauplatz? Natürlich die Fleischerei. Man versucht, dem Kunden Nähe zu vermitteln, denn der Geschäftsführer Franz Radatz weiß: Der Kunde achtet beim Einkauf von

Fleisch „auf die Marke seines Vertrauens“.

Neues Shop-Konzept

Stationär befindet sich der Betrieb Radatz mitten in der Umbauphase. Seit Herbst 2016 wird eine Fleischerei nach der anderen umgestaltet, das Shop-Design soll das Fleischerhandwerk erlebbar machen; insgesamt sechs von 20 Geschäften sind mittlerweile modernisiert. „Wir haben viel Energie und Zeit in das neue Konzept investiert und sind sehr stolz auf das Ergebnis“, so Geschäftsführer Franz Radatz. Auch die Imbissbereiche mit dem Schwerpunkt „Wiener Küche“ wurden vergrößert und

Open House

Hell, modern und einladend sollen die neuen Radatz-Filialen auf den Kunden wirken.



© Radatz

präsentieren sich in einem neuen Ambiente.

Für den Herbst gibt es auch unter den Produkten neue Rezepturen: Hinzu kommt die Sorte Weißwurst-Leberkäse bei Radatz, im Dauerwurst-Snack-

bereich bei Stastnik werden die Pausenstangerln mit den Varianten Chili und Emmentaler erweitert, die „gute Erfolge“ erzielten. Neue Kaufimpulse schafft auch der Käsekrainer mit Mozzarella und Tomaten. (red)

Mein
BERGER
Schinken

Iss, wie du dich fühlst!



Nr. 06
Der Romantische
Römer-Schinken



WWW.BERGER-SCHINKEN.AT


